

**СТРИГУЛЬ Л.С.**, к.е.н., доцент, м. Харків, НТУ «ХПІ»  
**АЛЕКСАНДРОВА В.О.**, ст. викладач, м. Харків, НТУ «ХПІ»  
**НІКОНОВ Ю.О.**, магістр, м. Харків, НТУ «ХПІ»

## **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ І ЦІНОУТВОРЕННЯ**

Перехід на інноваційний тип діяльності припускає формування якісно нової економічної системи, в якій кожен суб'єкт є генератором науково-технічних нововведень з метою підвищення добробуту суспільства в цілому і кожного його члена зокрема.

Інноваційна економіка не є унікальним явищем. Вона досить

успішно розвивається в західних країнах, особливо в США. Держава, домашні господарства, фірми функціонують в умовах високого ступеня диференціації і диверсифікації виробництва, коли можна на основі оптимального вибору здійснити задоволення потреб. При цьому експерти відзначають, що інноваційний процес супроводжується скороченням життєвого циклу товарів, зростанням витрат на виробництво і реалізацію нових товарів, посилюванням законодавчих актів про охорону навколишнього середовища і захист прав споживачів, розвитком глобальної конкуренції, збільшенням ступеня сегментації ринків і так далі

Практика розвинених країн показує, що формування такої економічної системи вимагає тривалого періоду часу і достатньо великих витрат не тільки на її формування, але і відтворення. Кожна національна економіка має конкурентні переваги, які багато в чому визначаються сукупністю її ресурсів, зокрема праці. Інноваційний тип економіки вимагає особливої уваги до людини, до його творчих можливостей. Діяльність всіх сфер західної економіки розгортається у бік забезпечення формування людини, яка повинна володіти особливими знаннями і навиками.

Інновації є, зокрема, продуктом фірми, який вона використовує у власному виробництві або передає за винагороду іншим суб'єктам. Інновації володіють такими параметрами, як ціна і якість. Досвід діяльності на основі інновацій показує, що кожен суб'єкт ціноутворення – виробник, торговець, споживач – поводить як раціональний суб'єкт, реалізуючи свій інтерес.

Ціна інновації відображає всі закономірності її виробництва і передачі. Це виявляється в загальній динаміці ціни на основі життєвого циклу інновації, в співвідношенні повних витрат і прибутку як елементів ціни, у визначенні структури повних витрат. Зміна ціни і її елементів може здійснюватися як у бік підвищення, так і пониження.

Практика функціонування західних фірм показує, що система ціноутворення має свої особливості, які відбивають зміни зовнішнього і внутрішнього середовища виробника і споживача інновацій. У повних витратах фірми виділяють особливу групу витрат, яка пов'язана з виробництвом інновацій і їх просуванням на ринок. Ці витрати мають яскраво виражений циклічний рух. В період підйому в розвитку фірми вони можуть швидко збільшуватися на основі планування і реалізації інвестиційних програм, в періоди спаду – першими знижуються інвестиційні

витрати, а потім поступово і інші елементи витрат.

У ціновому процесі головну роль грають повні витрати. Прибуток як гнучкіший елемент ціни залежить до певної міри від них і від ринкової кон'юнктури. Регулювати повні витрати відповідно до ринкової ситуації не завжди можливо, оскільки не всі елементи можливо швидко збільшити або зменшити. Прибуток в цьому відношенні рухоміша складова ціни, вона може компенсувати недостатню гнучкість основного елементу. Але і тут є свої проблеми, пов'язані з майбутнім розвитком фірми за рахунок засобів, що отримуються на основі прибутку. Сучасна фірма не може дозволити собі різкої динаміки прибутку. Планування прибутку і його отримання в процесі реалізації інвестиційних програм стає важливим напрямом аналітичної діяльності персоналу фірм. Проте первинним є аналіз повних витрат в цілому і кожного елементу окремо. В умовах інноваційного напряму розвитку фірм виділяється група витрат, яка визначає якість інновацій. У даній групі знаходяться різні витрати, що мають свої особливості формування. І якщо вітчизняні фірми визначають для себе інновації як чинник підвищення конкурентоспроможності, то ця група витрат повинна формуватися і постійно знаходитися під контролем менеджерів. Проте самотійно вони ці завдання вирішити не зможуть. Необхідна активна діяльність держави по різних напрямках, формування різних альянсів між українськими компаніями, залучення іноземних суб'єктів.

Особливу увагу фірми приділяють витратам на підготовку і перепідготовку персоналу, які припускають не тільки формування певного рівня знань, але і інноваційного мислення, що забезпечує постійне виробництво ідей і їх практичну реалізацію в готовому продукті. Витрати на підвищення кваліфікації персоналу мають тенденцію збільшуватися. Націленість фірми на інновації визначає поєднання форм і методів підвищення кваліфікації персоналу, а отже, і загальний рівень витрат на підвищення якості людського капіталу. Практика функціонування західних транснаціональних корпорацій показує, що фірма самотійно організовує процес навчання персоналу або на партнерській основі з державою, або з іншими фірмами. Для кожного періоду часу, кожного інноваційного продукту існує своя система навчання і витрати на неї.

Підвищується частка витрат на науково-дослідні і дослідно-

конструкторські роботи, які можуть диференціюватися по місцю їх здійснення: у самій фірмі; у фірмі, що функціонує на основі аутсорсинга; у альянсових об'єднаннях з іншими фірмами, в партнерських організаційних структурах з державою. Постійний потік досліджень, який повинен існувати у сучасної фірми, повинен оплачуватися. Проте результат може бути як позитивний, прийнятий ринком, так і негативний, коли споживач відмовляється набувати нововведення. Для проведення досліджень важливою є їх протяжність в часі.

Таким чином, перехід фірми на інноваційний тип розвитку припускає якісно новий етап в управлінні витратами, коли загальний рівень витрат, їх гнучкість залежать від оптимального вибору менеджментом якості людського капіталу, напрямів інновацій і швидкості їх здійснення, суб'єктів-учасників інноваційного процесу.

Реформування вітчизняної економіки, здійснюване протягом останніх десятиліть років, породило ряд стійких уявлень про систему ціноутворення, які реалізуються в ціновій політиці крупних і малих українських фірм та в поведінці споживачів:

- головним суб'єктом ціноутворення є виробник продукту або торговець. Ціна реалізує їх інтереси. Споживач не може активно впливати на процес її формування;
- ціна, перш за все, розглядається як джерело доходу власника або його представника. Держава і персонал фірм отримують дохід від ціни за залишковим принципом;
- зростання витрат обов'язково повинне відбиватися в паралельному підвищенні ціни;
- ціна повинна забезпечувати максимізацію прибутку, як її розуміють виробники або посередники.

Ці уявлення гальмують подальший розвиток як українських фірм і домашніх господарств, так і в цілому економіки по шляху інноваційного розвитку. Необхідно, по-перше, перейти на ціноутворення, де головним суб'єктом є споживач і його інтереси. По-друге, перейти на інноваційну модель поведінки, коли нові технології і товари стають засобом розвитку фірми, її положення на ринку. Такі масштабні зміни припускають і великі витрати на їх здійснення, а отже, і послідовний пошук напрямів їх економії.

**Список літератури:** 1. Армстронг Г., Котлер Ф. Введение в маркетинг: Уч. пособие: Пер. с англ. / Под ред. Н.В.Шульгиной. - 5-е изд. - М: Ви-льямс. 2000. - 640с. 2. Долан Р.Дж., Саймон Г. Эффективное ценообразование / Долан Р.Дж., Саймон Г. - М: Изд-во «Экзамен»,

2005. - 416 с. **3.** Дейли Д. Эффективное ценообразование - основа конкурентного преимущества: Пер. с англ. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. - 304 с.